



株式会社アイケイコーポレーション

2005年7月28日 会社説明会
代表取締役社長 加藤 義博



(2005年6月30日上場 コード番号 3377)



・会社概要

会社概要

沿革

オートバイ買取専門店の特徴

当社のビジネスモデル

業績の推移(予想)

・当社の強み

合理的買取価格を実現するIT基幹システムと集中管理

顧客満足度を左右する業務の標準化並びに社員教育制度

安定的事業拡大を支える高効率・低リスクキャッシュフロー

経営

・重点戦略

事業環境認識

今後の重点戦略

認知度向上のための積極的な広告展開

空白地域への対応のための店舗の拡大

新たな取組み

新たな取組み:中古パーツ販売店

新たな取組み:小規模店舗

新たな取組み:販売店舗

経営理念



会社概要

会社概要

沿革

オートバイ買取専門店の特徴

当社のビジネスモデル

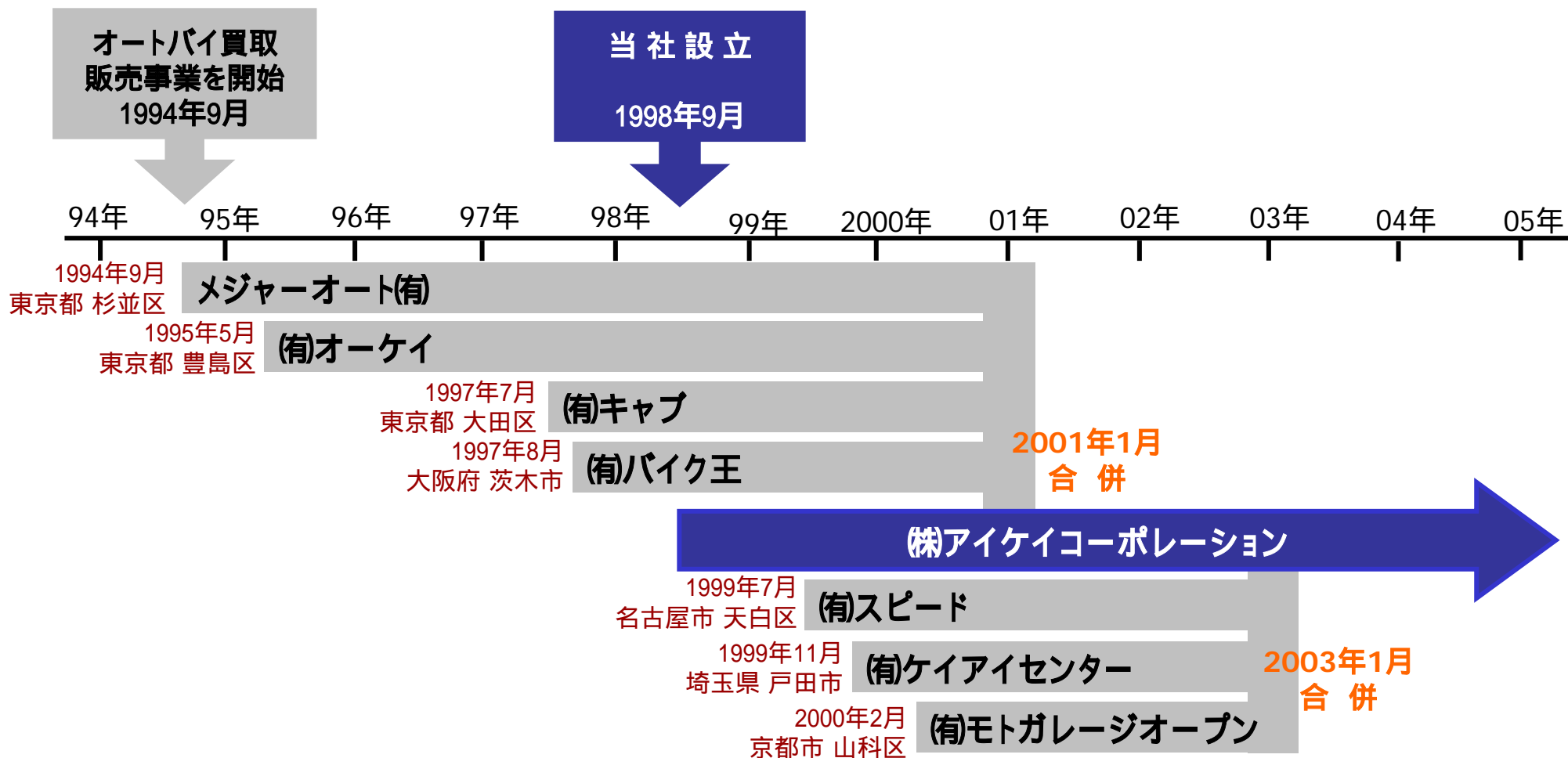
業績の推移(予想)

- ・ **本社所在地** 〒150-0022東京都渋谷区恵比寿南1-6-10 恵比寿MFビル14号館5F
- ・ **主な事業内容** オートバイの新しい流通システムを提案する「**バイク買取専門店**」の経営
- ・ **設立** 1998年9月 (創業 1994年9月)
- ・ **従業員数** 366名 (8名) (2005年6月末日現在) 6月末現在の臨時雇用者数を()
外数で記載しております。
- ・ **売上高** 9,708百万円 (2004年8月期)
5,554百万円 (2005年2月中間期)
- ・ **販売台数** 66,300台 (2004年8月期)
35,100台 (2005年2月中間期)

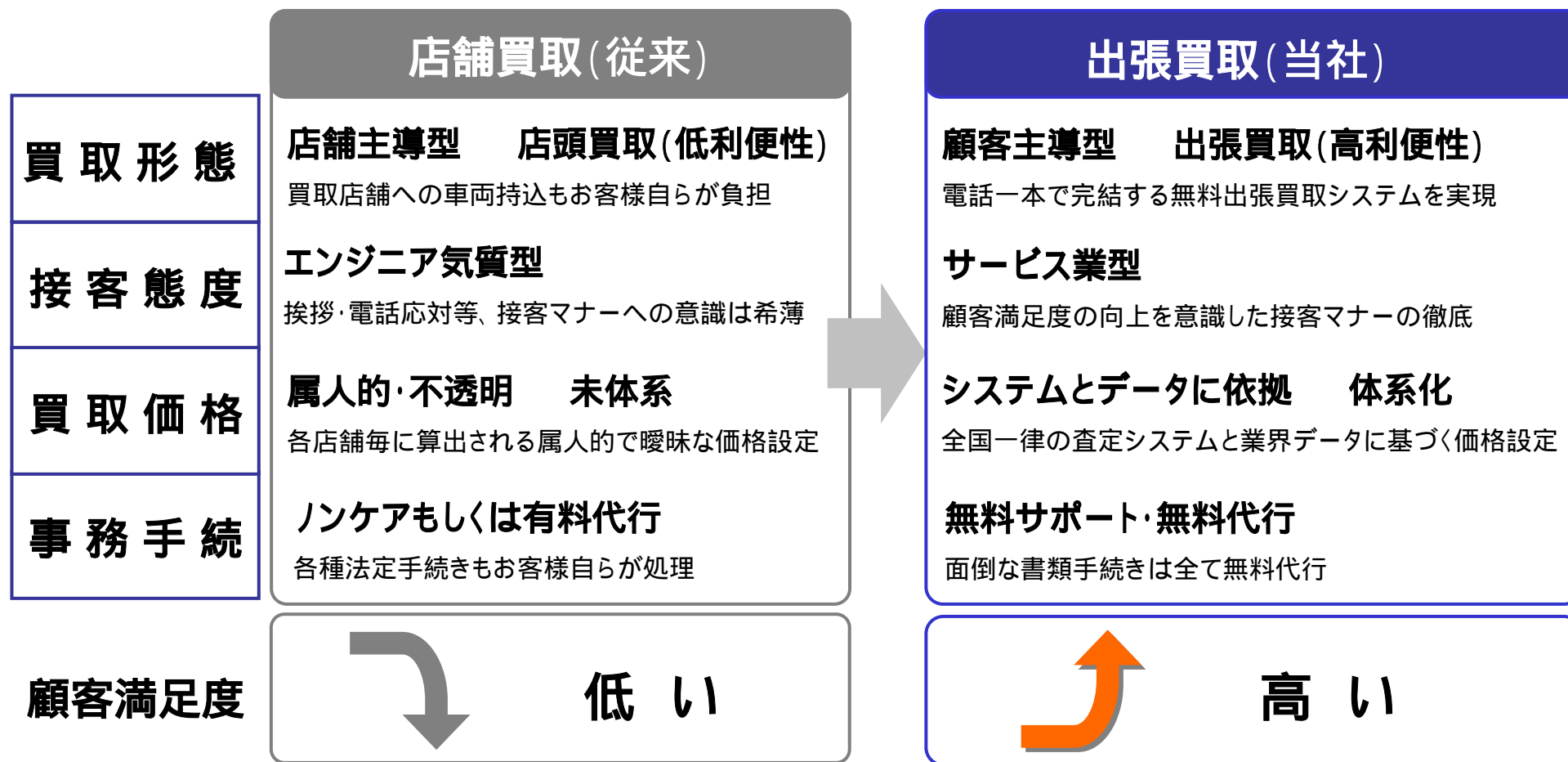
現在までの経緯

創業について	未確立な流通経路、不透明かつ不平等な買取価格並びに放置車輛・不法投棄による環境問題を鑑み、社会性及び公共性を具備した事業機会を見出し、安心して売却できる市場の形成、市場の信頼性向上による業界の活性化、リユースを通じて環境と共生する社会への形成に貢献、等を目標に、新しい流通システム確立の手段として中古オートバイの買取専門店「メジャーオート株式会社」(1994年9月)を設立。
当社設立と業態転換	1995年より、業界認知度向上並びに広告露出機会改善を複数ブランド展開で実現すべく、買取専門のグループ会社を順次設立、出店。 一方、グループ会社の総合コンサルティングを目的に、1998年9月1日、当社を設立。1999年11月、当社におけるオートバイ買取販売事業の開始。
グループ統合	その後、スケールメリットによるコストダウン、意思決定等の経営効率化こそ将来の事業成長に不可欠であると判断し、当社へのグループ会社統合を順次実施。

企業ステージに即した事業展開を実施し、競争力を高めてきた。



当社の「出張査定買取」のビジネスモデルは、従来の中古オートバイ買取システムと比較して、合理性と利便性を追及した「顧客志向」モデルである。



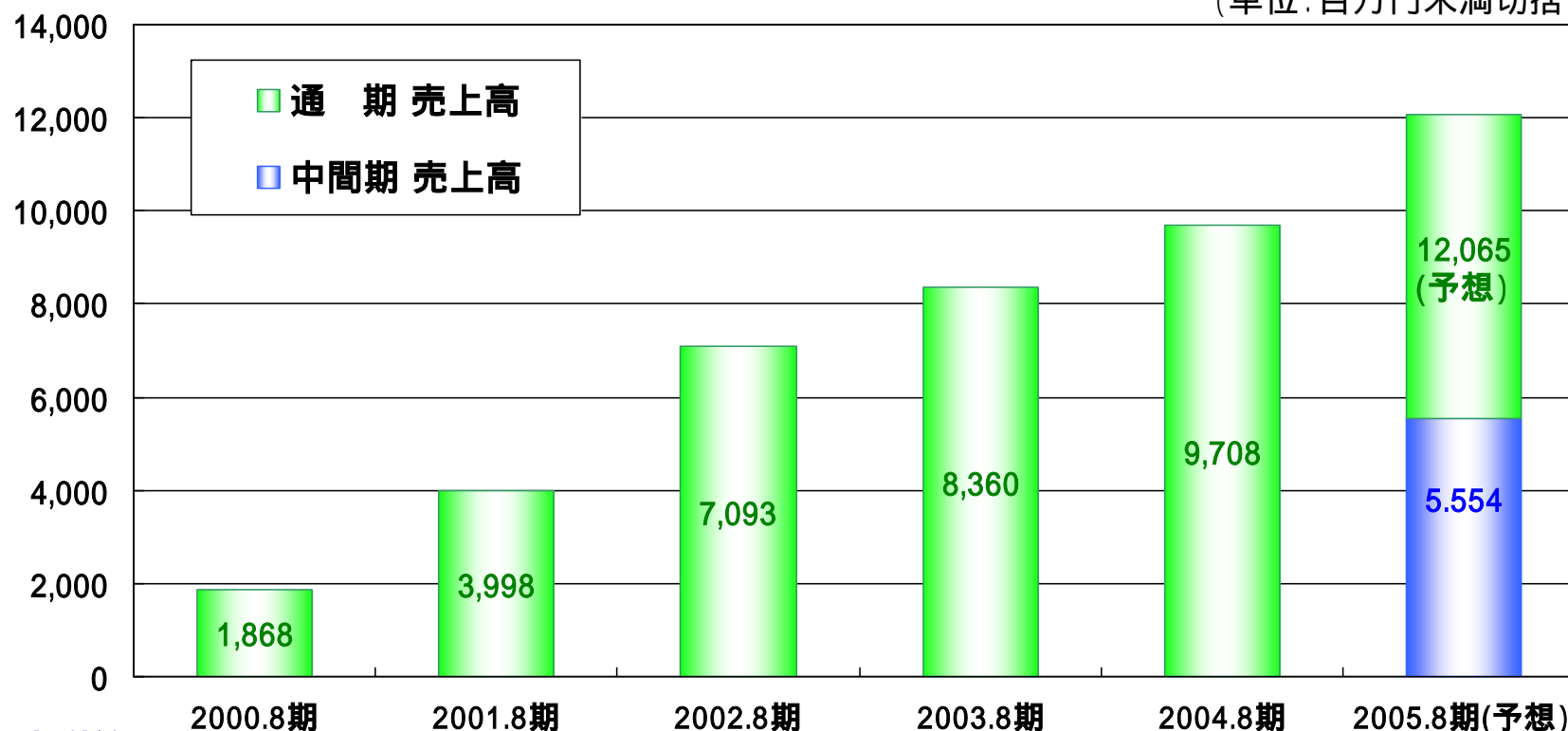
「徹底した定量分析に基づく広告戦略、買取および在庫リスクをなくしCFを意識したオークション出品による売却」に競争の源泉がある



買取業界での量的経営を追求したパイオニアとして、当社は成長し続けている。

業績の推移(予想)

(単位:百万円未満切捨て)



中間期 経常利益

通期 経常利益

2000.8期	2001.8期	2002.8期	2003.8期	2004.8期	2005.8期(予想)
42	175	600	573	86	287
714(予想)					

注) 各数値については、当社単体ベースのものを記載しております。



当社の強み

合理的買取価格を実現するIT基幹システムと
集中管理

高い顧客満足度を支える業務の標準化並びに
社員教育制度

安定的事業拡大を支える高効率・低リスク
キャッシュフロー経営

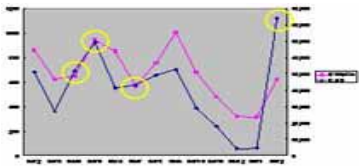
合理的買取価格を実現するIT基幹システムと集中管理



基幹システムによる情報の一元管理により、高品質のサービスを安定的に提供することが可能。

広告費用対効果測定システム

- アンケートによる広告媒体毎の効果算定
- 費用対効果の分析
- 今後の広告戦略の基礎データ蓄積



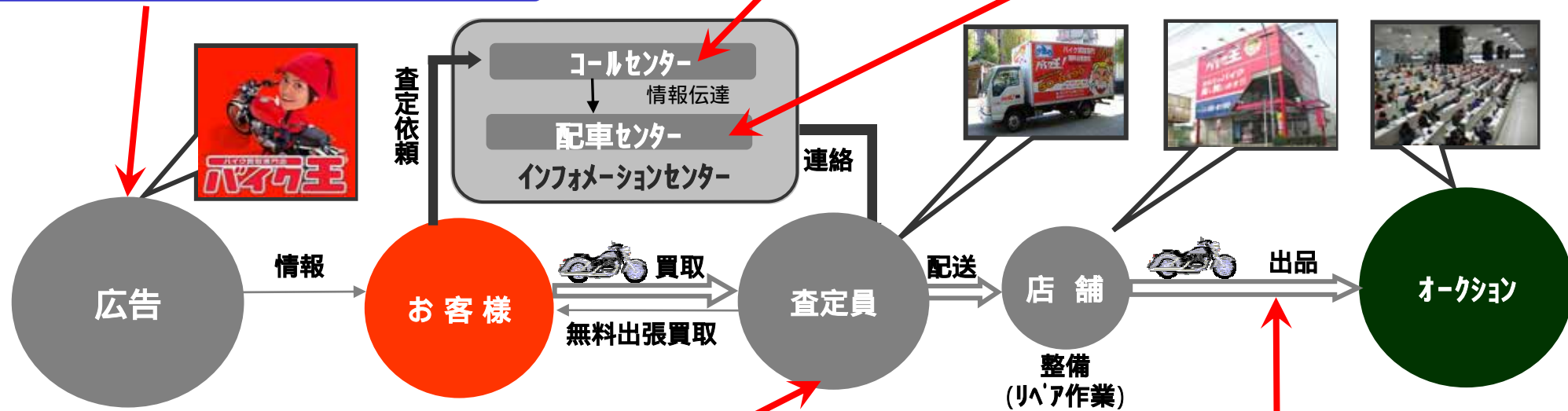
集約されたオペレーションシステム

- 販売相場のデータベース化
- 買取相場を顧客へ伝達



迅速な配車を可能にする運行管理システム

- 各査定員の状況管理
- 到着予定時間の算出
- お客様のニーズに合致する最適な査定員の検索



革新的な安心査定システム

- 査定基準の係数化
- 価格提示の平準化
- 販売相場を買取価格へ連動



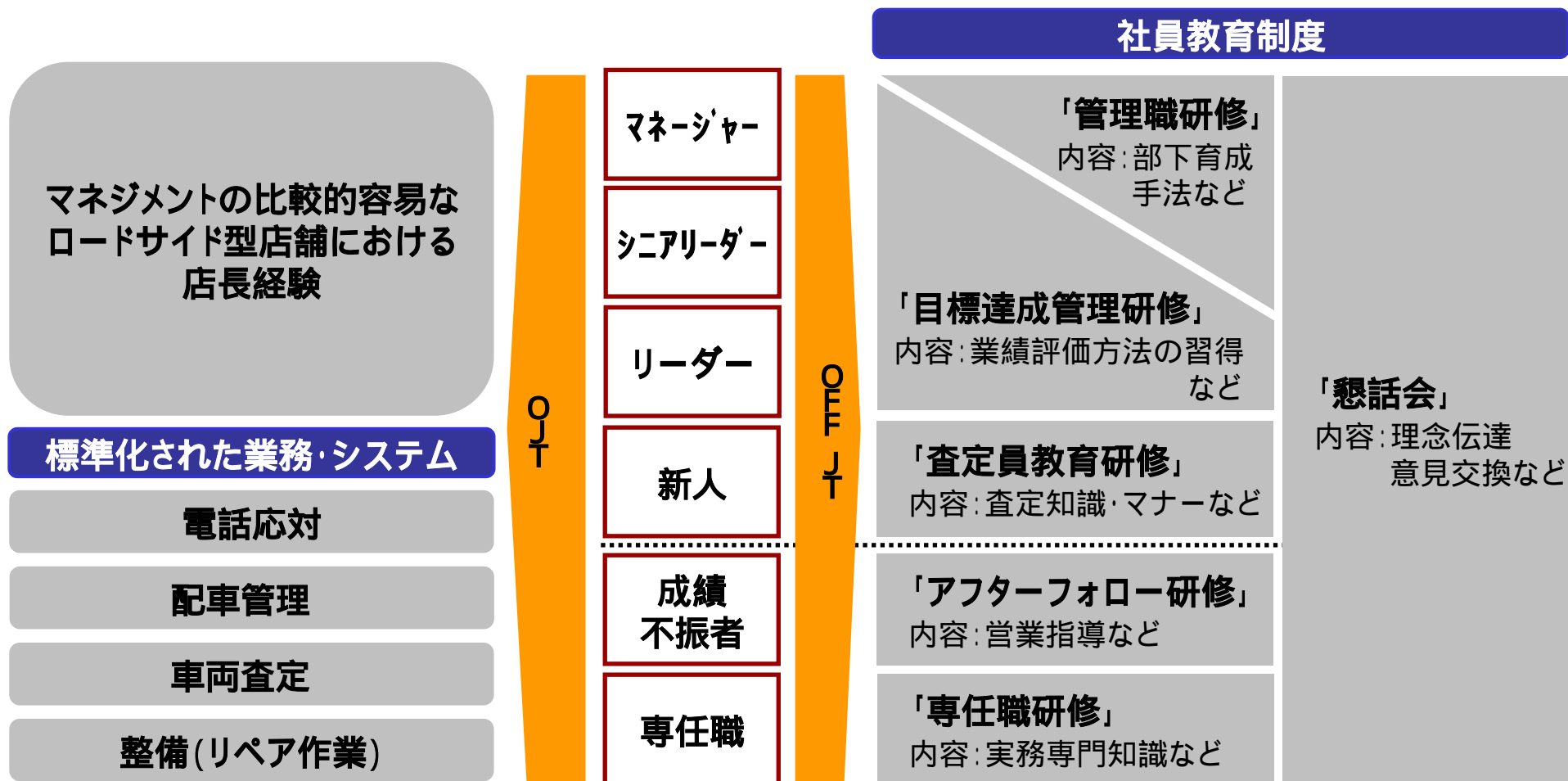
商品管理システム

- 在庫商品の管理
- 適切なオークション会場への出品

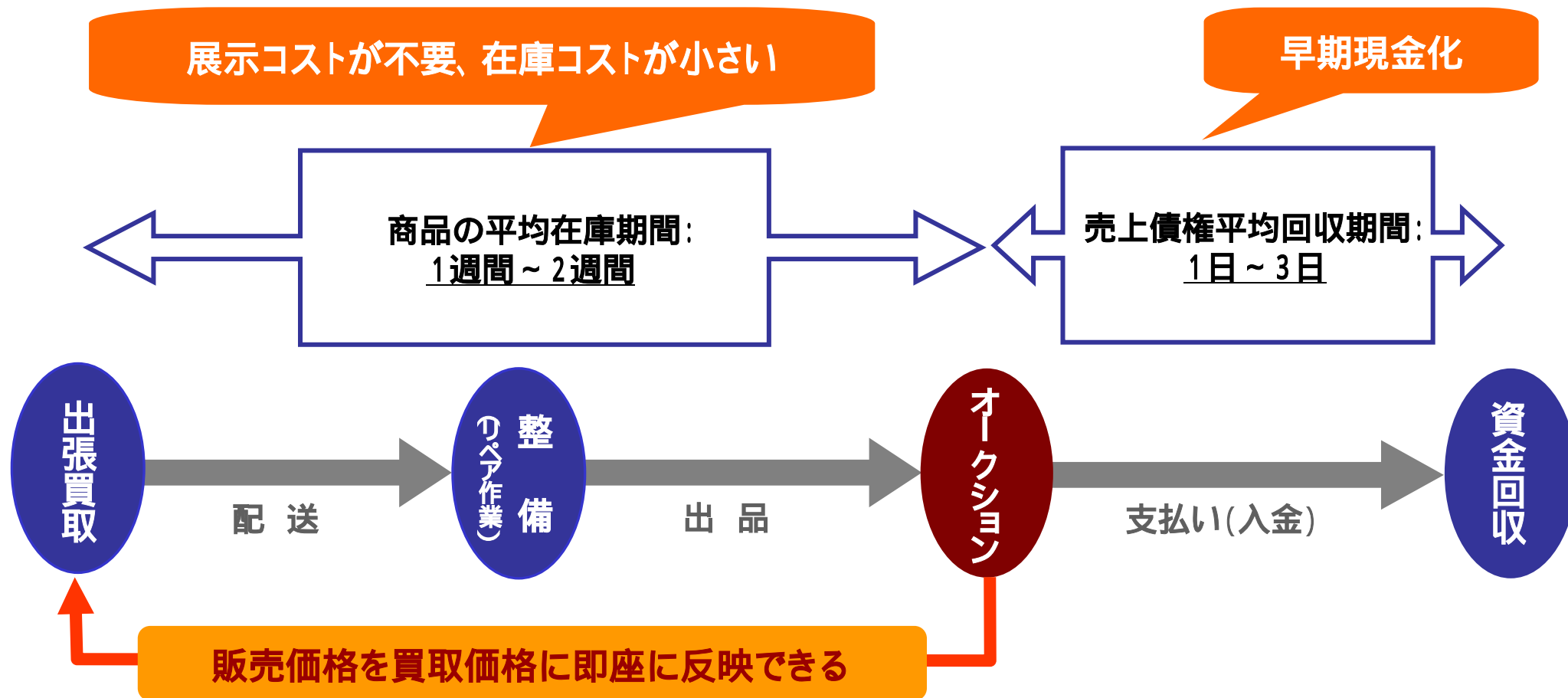




標準化された業務体系と徹底した社員教育制度により、オートバイ業界に精通していない人財でも、円滑な業務遂行が可能。



オークション販売を通じて、「商品・売上債権の回転期間短縮」、
「買取価格の適正化による利益確保」を実現している。





重点戦略

事業環境認識

今後の重点戦略

認知度向上のための積極的な広告展開

空白地域への対応のための店舗の拡大

新たな取組み

新たな取組み: 中古パーツ販売店

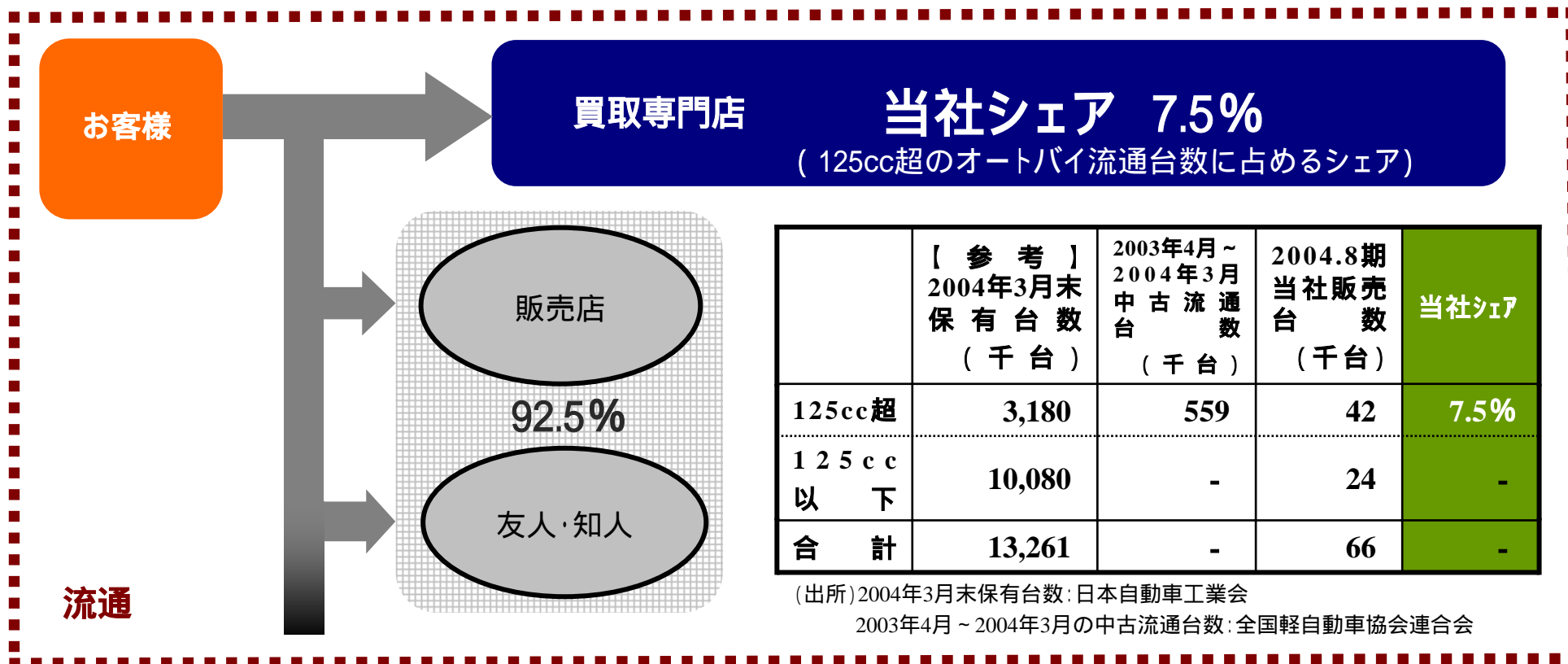
新たな取組み: 小規模店舗

新たな取組み: 販売店舗

経営理念

中古オートバイの流通台数に占める当社のシェアはまだ低い。

中古オートバイの流通ルート



(出所) 2004年3月末保有台数: 日本自動車工業会
2003年4月～2004年3月の中古流通台数: 全国軽自動車協会連合会

流通

廃棄



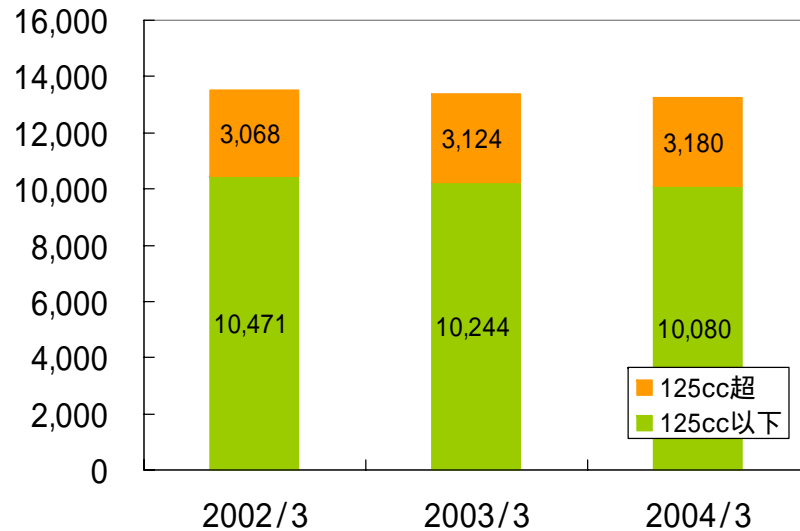


(単位:千台未満切捨て)

保有台数の推移

	2002年 3月末	2003年 3月末	2004年 3月末
125cc超	3,068	3,124	3,180
125cc以下	10,471	10,244	10,080
合計	13,540	13,369	13,261

(出所)日本自動車工業会



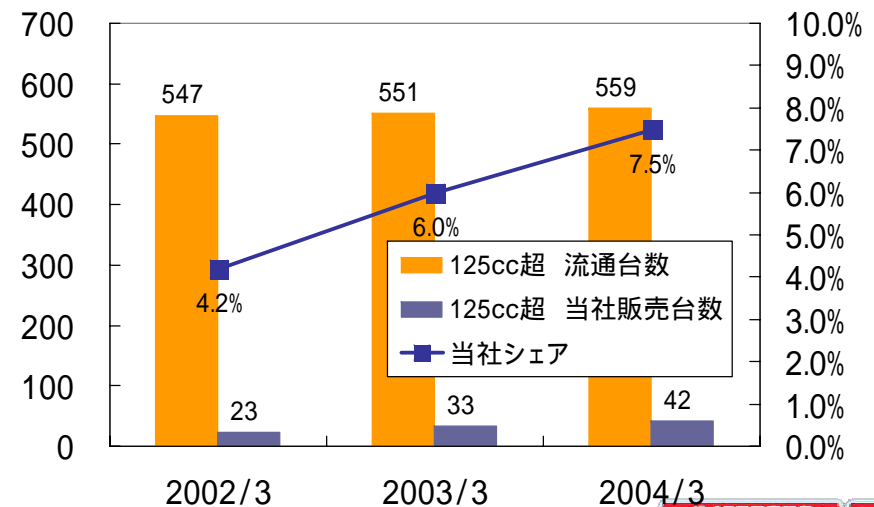
中古車流通台数の推移

	2001年4月～ 2002年3月	2002年4月～ 2003年3月	2003年4月～ 2004年3月
125cc超	547	551	559
125cc以下	-	-	-
合計	-	-	-

(出所)全国軽自動車協会連合会

当社販売台数の推移

	2001年9月～ 2002年8月	2002年9月～ 2003年8月	2003年9月～ 2004年8月
125cc超	23	33	42
流通台数に占めるシェア	4.2%	6.0%	7.5%



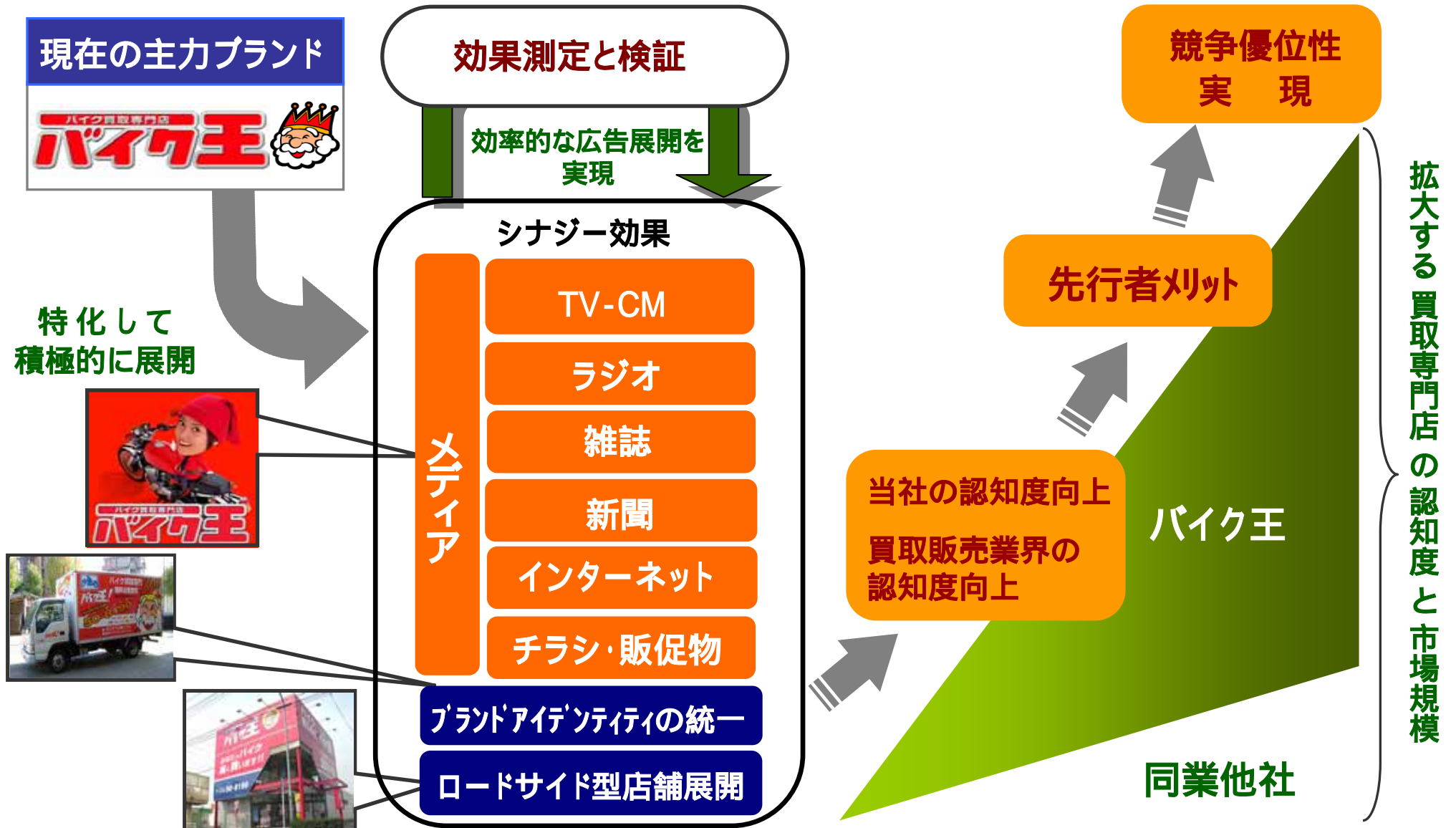
中古オートバイ市場におけるシェア拡大に向けては、「認知度向上」と「空白地域対応」の2点が重要。

重点戦略

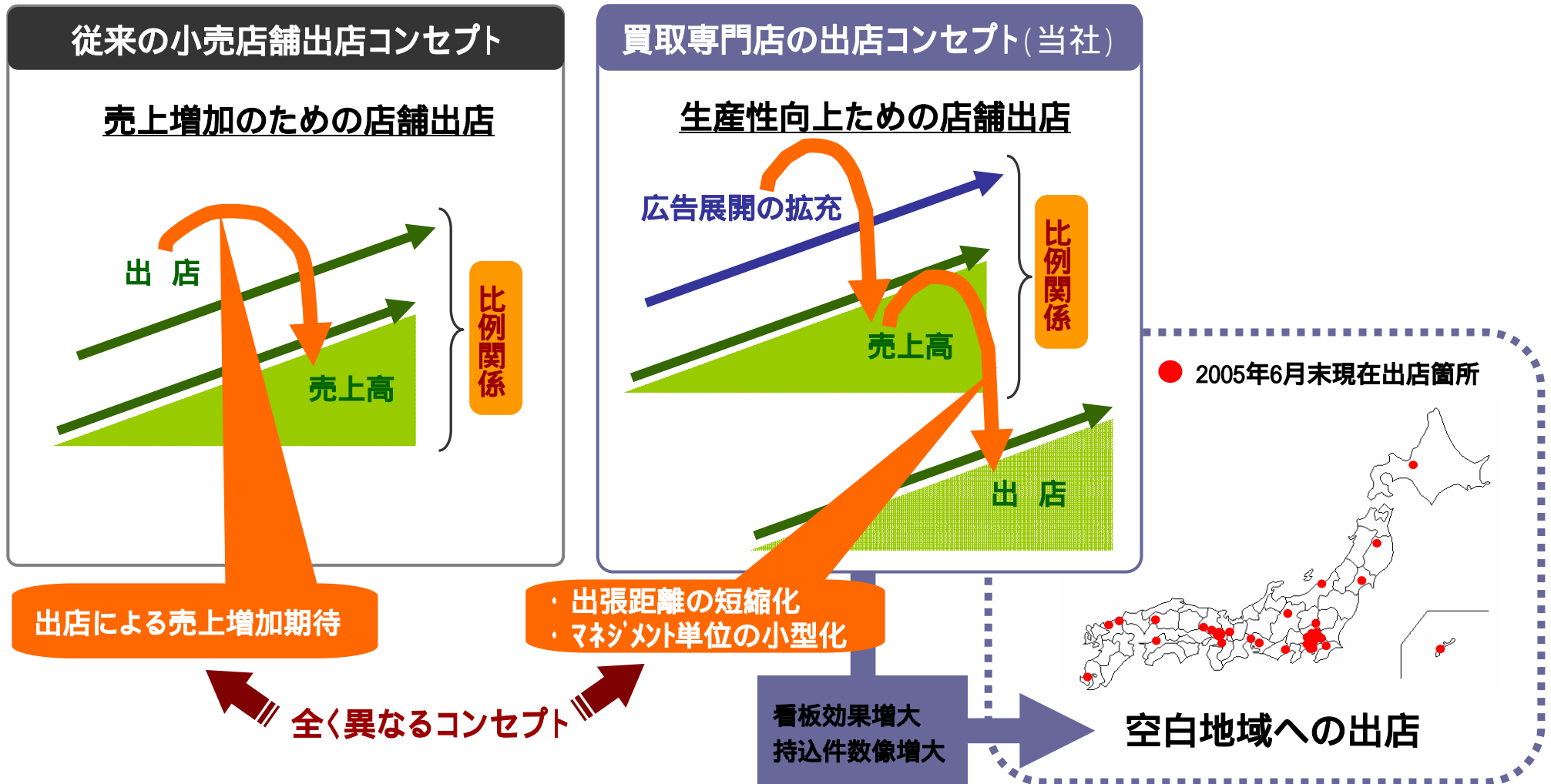
認知度の早期向上

空白地域への対応

認知度の早期向上が競争の優位性を獲得する。



出店コンセプトは買取専門店独自の視点。
また、既に全国規模で展開しているが、まだ多くの出店余地がある。



今後も買取専門店「バイク王」多店舗展開が主軸となるが、「バイク王」にも新店舗パッケージを追加する。また、新たな販売チャネルを構築する。

拡大

買取専門店「バイク王」

RS型店舗

小規模店舗

買取専門店
「バイク王」

販売店

車輛販売店

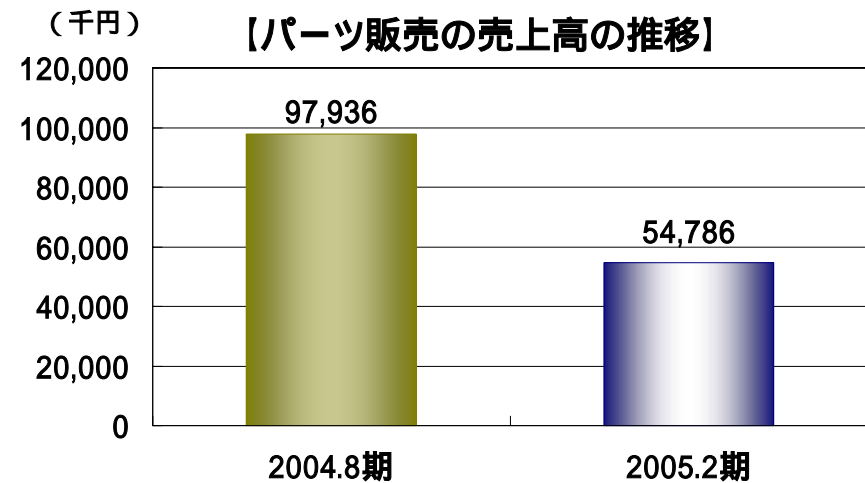
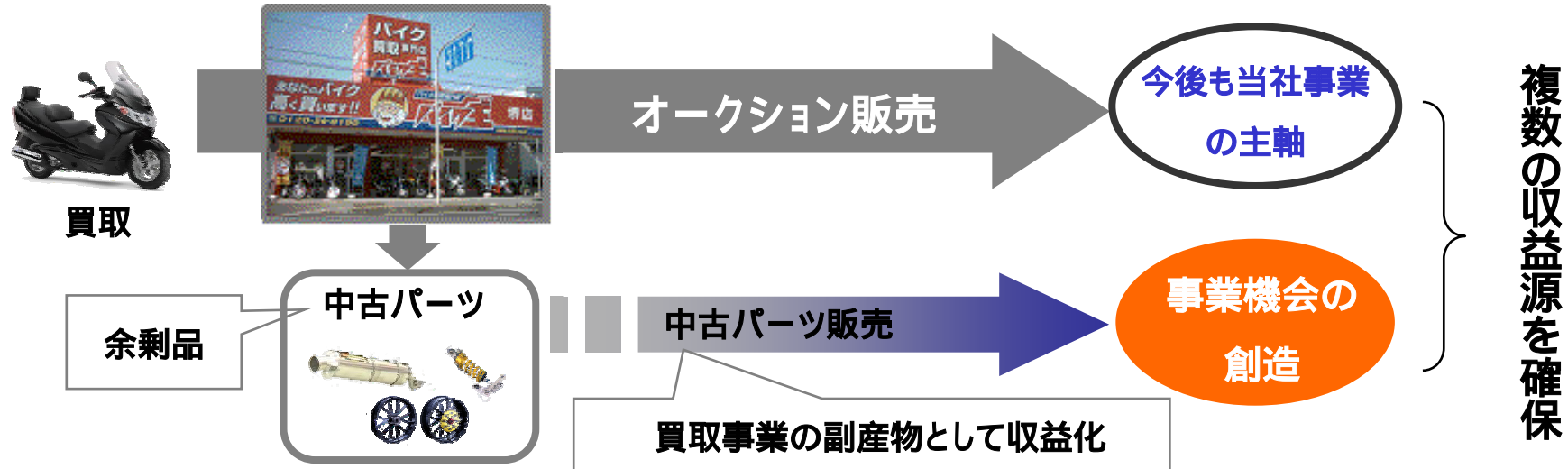
パーツ販売店

新たな取組み

新たな取組み: 中古パーツ販売店



新たな取組みとして、中古パーツの店頭販売を開始した。



上記については、店頭販売のほかパーツオークションおよびWEBにおける小売販売を含んでおります

ロードサイド型店舗と異なるパッケージ = 小規模買取店舗を出店し、新たな顧客ニーズ開拓と認知度向上を図る。

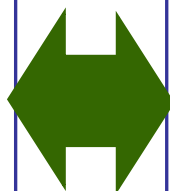
ロードサイド型店舗の店舗展開



2005年4月に移転・リニューアルオープンした福岡店



2005年5月に移転・リニューアルオープンした仙台店



小規模店舗の店舗展開



2005年6月に新規オープンした自由が丘店



2005年6月に新規オープンした下北沢店

出店目的 オートバイコアユーザー・ヘビーユーザーへのアピール

出店地域 幹線道路沿い

期待効果 今後も主要店舗パッケージ

出店目的 バイクユーザー + バイクユーザー以外の一般の方々へのアピール

出店地域 駅前繁華街等の生活地域

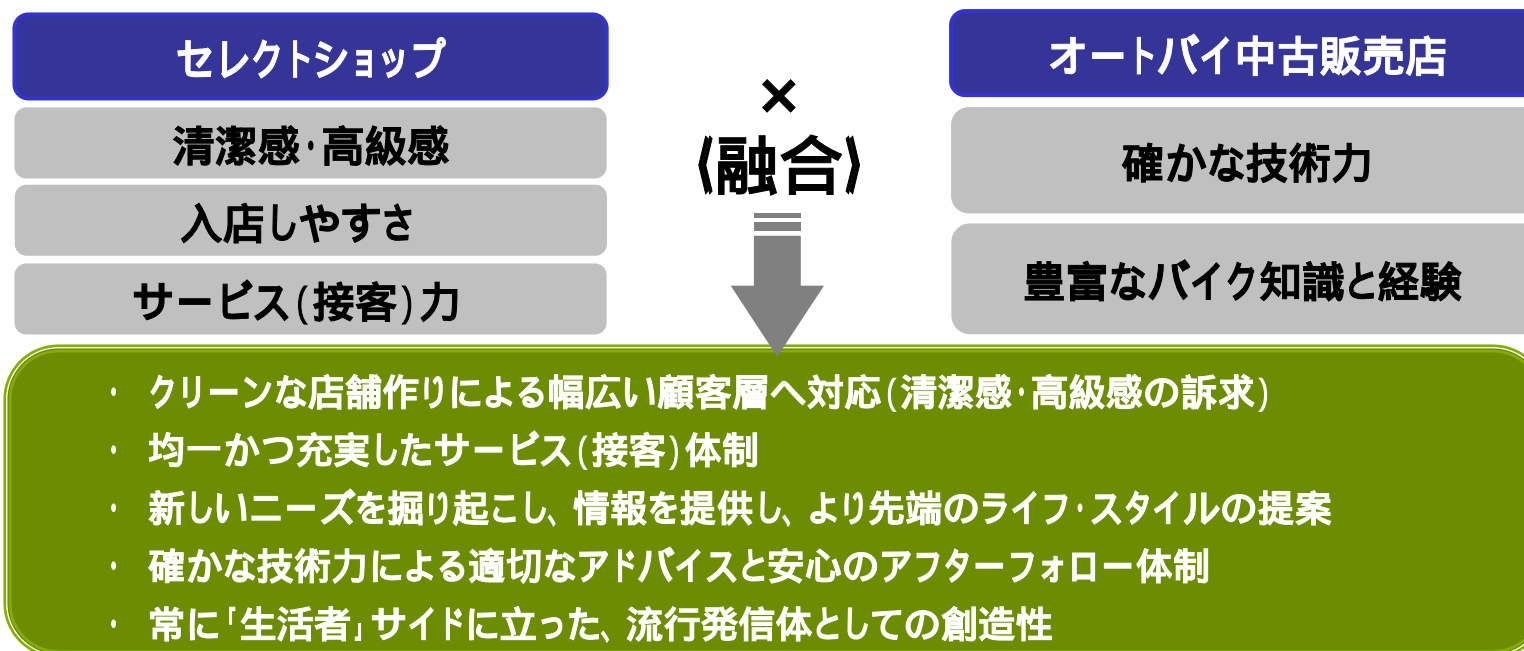
期待効果 多店舗展開による看板効果
急速な多店舗展開と認知度向上

新たな取組みとして、初の販売店舗を出店する予定。

販売市場への進出の背景

オートバイユーザーの当社に対する車輛購入希望の増加
独創的な販売パッケージを展開により、顧客層の拡大を図り、当社の理念であるオートバイ市場の活性化に寄与できるものと判断。

販売店コンセプト



中古オートバイのイメージ改善を行なう事による資源再利用意識の改善と循環型社会への貢献

イメージ

店内



概観



「オートバイライフの総合プランナー」へ

経営理念

常に成長を求めめる事

共に成長を喜べる事

お客様の笑顔を追求する事

社会の発展に寄与する事

未来への文化を創造する事

そして常に夢を持ち続け

愛される企業を実現します

第二部



株式会社アイケイコーポレーション

2005年7月28日 会社説明会
代表取締役社長 加藤 義博

JASDAQ

(2005年6月30日上場 コード番号 3377)

バイク買取専門店
バイク王

2005年 8月期 業績予想について

2005年 8月期 業績予想

2005年 8月期 業績予想 修正の理由について
業績の推移

2005年 8月期 第3四半期の概況について

2005年 8月期 第3四半期の概況

2005年 8月期 第3四半期 損益計算書(四半期別)

2005年 8月期 第3四半期 トピック(四半期別)



2005年 8月期 業績予想について

2005年 8月期 業績予想

**2005年 8月期 業績予想 修正の理由について
業績の推移**

2005年8月期業績予想



(単位:百万円未満切捨て)

	2005年8月期			【参考】2004年8月期	
	修正後予想 (売上対比)	修正前予想	(増減率)	実績	(前年増減率)
売上高	12,065	11,786	+ 2.4%	9,708	+ 24.3%
売上原価	6,070 50.3%	6,050	+ 0.3%	4,875	+ 24.5%
売上総利益	5,994 49.7%	5,736	+ 4.5%	4,833	+ 24.0%
販売費及び 一般管理費	5,313 44.0%	5,235	+ 1.5%	4,811	+ 10.4%
営業利益	681 5.6%	501	+ 35.8%	21	+ 3086.8%
経常利益	714 5.9%	526	+ 35.6%	86	+ 726.6%
当期純利益	413 3.4%	311	+ 32.7%	50	+ 720.7%

業績は見通しを上回り、好調に推移しております。

【売上高】

ブランド力(認知度)向上 ... (申し込み件数の増加 等)

広告戦略の随時見直し ... (WEB出稿の増加・TV出稿方法の改善 等)

の結果、当初予想に比べ 販売台数が上昇いたしました。

【経常利益】

売上成長

買取査定方法の改善効果 ... (査定システムの完成度向上・査定方法の習熟度向上 等)

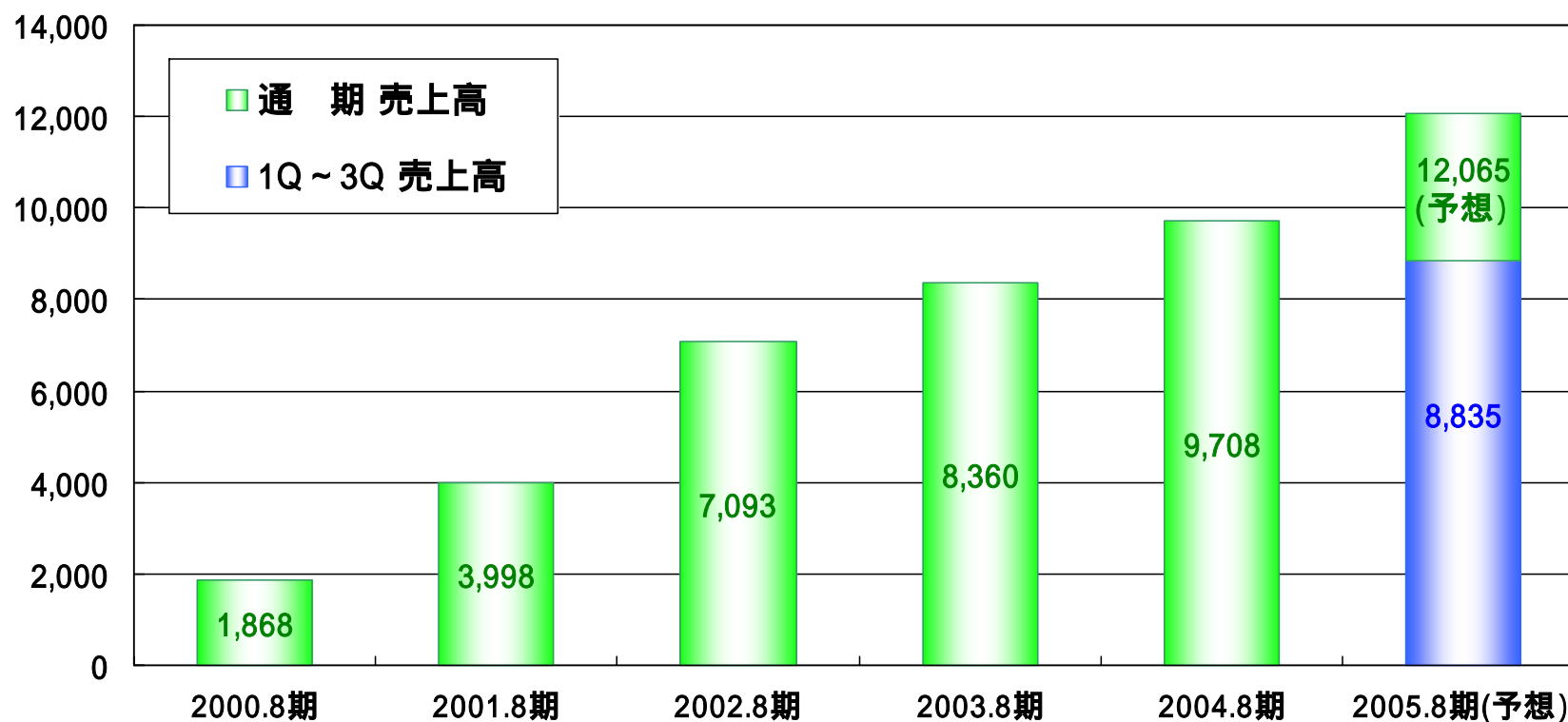
上記 が、販売費及び一般管理費の増加

...(積極的出店や宣伝広告活動に伴う費用、上場関連費用並びに従業員賞与 等) を吸収

の結果、当初予想に比べ、増加いたしました。

第4四半期については、来期以降の成長に向けて、積極的な投資・販売活動と人財教育の充実を図ります。

(単位:百万円未満切捨て)



1Q~3Q 経常利益

通期 経常利益

						683
	42	175	600	573	86	714(予想)

注1. 各数値については、当社単体ベースのものを記載しております。
 注2. 1Q~3Qの数値については、監査法人の監査を受けておりません。



. 2005年 8月期 第3四半期の概況について

2005年 8月期 第3四半期の概況

2005年 8月期 第3四半期 損益計算書(四半期別)

2005年 8月期 第3四半期 トピック(四半期別)

2005年8月期 第3四半期の概況



(1) 経営成績の進捗状況

(単位:百万円未満切捨て)

	売上高		営業利益		経常利益		四半期(当期) 純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2005年8月期 3Q	8,835	(-)	646	(-)	683	(-)	403	(-)
2004年8月期 3Q	-	(-)	-	(-)	-	(-)	-	(-)
(参考) 2004年8月期	9,708	(16.1)	21	(96.1)	86	(84.9)	50	(84.8)

(2) 財政状態の変動状況

	総資産	株主資本	株主資本比率	1株当たり 株主資本	
	百万円	百万円	%	円	銭
2005年8月期 3Q	2,925	1,412	48.3	133,781	35
2004年8月期 3Q	-	-	-	-	-
(参考) 2004年8月期	2,259	1,009	44.7	95,616	33

(3) キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
2005年8月期 3Q	592	290	13	1,411
2004年8月期 3Q	-	-	-	-
(参考) 2004年8月期	62	322	239	1,122

2005年8月期 第3四半期別 損益計算書(四半期ベース)



(単位:百万円未満切捨て)

	通 期 (2005.8期)						前年四半期比 (2004.8期 3Q)		
	1Q (04/9-11)		2Q (04/11-05/2)		3Q (05/3-5)		金 額	増減額	増減率
	金 額	売上対比	金 額	売上対比	金 額	売上対比			
売上高	2,934		2,620		3,281		2,800	+ 480	+ 17.2%
売上原価	1,557	53.1%	1,323	50.5%	1,579	48.1%	1,305	+ 274	+ 21.0%
売上総利益	1,376	46.9%	1,297	49.5%	1,701	51.9%	1,495	+ 206	+ 13.8%
販売費及び 一般管理費	1,227	41.8%	1,185	45.2%	1,316	40.1%	1,382	- 65	- 4.8%
営業利益	149	5.1%	111	4.3%	385	11.7%	113	+ 272	+ 240.8%
経常利益	162	5.6%	124	4.8%	395	12.1%	141	+ 253	+ 179.1%
当期純利益	94	3.2%	68	2.6%	239	7.3%	84	+ 155	+ 185.4%

注 上記の各四半期毎の数値については、監査法人の監査を受けておりません。ここでは、当社の社内資料を参考として記載しております。

2005年8月期 第3四半期トピック(四半期別)



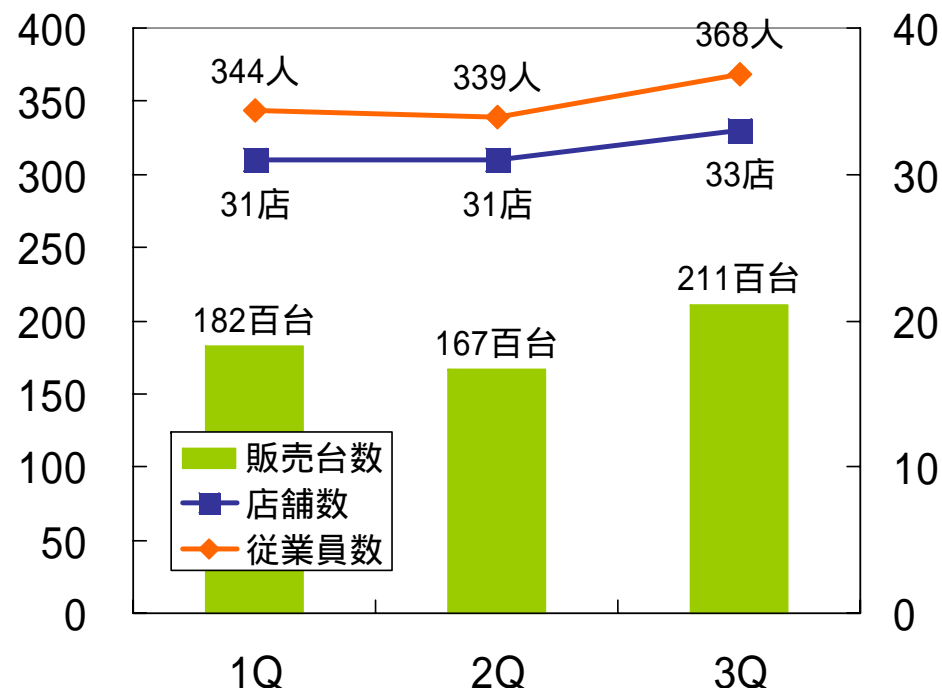
	通 期 (2005.8期)			前年四半期比 (2004.8期 3Q)		
	1Q (04/9-11)	2Q (04/11-05/2)	3Q (05/3-5)	数 値	増減数	増減率
販売台数	18,228台	16,858台	21,079台	19,683台	+1,396台	+7.1%
店舗数	31店	31店	33店	31店	+2店	+6.5%
従業員数	344人	339人	368人	383人	-15人	-3.9%

注.1 従業員数については、各四半期末の正社員及びパートの合計を記載しております。

注.2 上記の各四半期毎の数値については、監査法人の監査を受けておりません。ここでは、当社の社内資料を参考として記載しております。

概 況

- ◆ 3月4月の移動時期/GW等の休日によるニーズ増大の影響を受けて、当社の繁忙期は、毎年、3Qとなっています。
- ◆ 販売台数については、前期 3Qに比較し、広告宣伝及びロードサイド型店舗出店のシナジー効果を得て、順調に推移しました。
- ◆ 店舗数については、4月に盛岡店と鹿児島店を新規オープンいたしました。但し通常の小売店と異なり、出店による販売台数に対する影響は大きくありません。
- ◆ 従業員数については、システム導入及び効率的なオペレーションを追求したことによる必要人員数の圧縮を図っております。なお、圧縮においては、一時的に採用広告を控え、自然退職による減少となっています。



本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。

本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。

本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知下さい。



ご静聴ありがとうございました